Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) Basel

Redaktion: Dr. Hans E. Mühlemann
Verantwortlich für Druck und Herausgabe: Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) Basel
Erscheint wöchentlich - Basel, den 24. März 1951 - 51. Jahrgang - Nr. 12

Der Stand der Kleinhandelspreise in den Schweizer Städten am 1. März 1951

Die *internationalen Handelsbeziehungen* wickeln sich zurzeit unter Bedingungen ab, die man zu Recht weder mit Friedens- noch mit Kriegswirtschaft bezeichnen kann. Alle noch vor wenigen Monaten erkennbaren, gutgemeinten Bestrebungen um die Liberalisierung des Warenverkehrs haben einer neuen, wenn auch nicht neuartigen Devise weichen müssen: Sicherung der Versorgung mit lebenswichtigen Gütern. In Befolgung dieses Zieles sind hier und dort Schritt für Schritt die als notwendig erachteten Organe geschaffen und entsprechende Massnahmen ergriffen worden. Und es ist kaum zu betonen, dass damit gleichzeitig die wünschbare Freiheit des Handels von Land zu Land wieder in weite Ferne gerückt ist. Leider suchen wir heute vergebens nach greifbaren Anhaltspunkten, die auf eine Besserung der Verhältnisse in absehbarer Zeit schliessen lassen.

Zweifellos wurde die Stellung der Konsumentenländer durch die Entwicklung der letzten Monate empfindlich geschwächt. Anderseits haben die Produzenten von der vermehrten Nachfrage gewonnen. Die Kurse an den Weltmärkten sind gestiegen. Der schweizerische Grosshandelsindex, der die Preise der wichtigsten unverarbeiteten Nahrungsmittel, Roh- und Hilfsstoffe berücksichtigt, erfuhr seit Juni letzten Jahres eine Erhöhung von 196,1 auf 230,1 Punkte, (August 1939 = 100), also um 17%. Dabei blieb die Verteuerung der Nahrungsmittel, die uns hier besonders interessieren, mit einem Anstieg in der gleichen Zeit von 200,5 auf 208,3 Punkte allerdings auf 4% beschränkt.

Die — neulich zwar teilweise unterbrochene — Aufwärtsbewegung geht auch eindeutig aus der Wiedergabe untenstehender Notierungen hervor.

Wie wir erkennen, verliefen die Kurse mit seltener Geschlossenheit aufwärts. *Seit Jahresfrist* stiegen die Getreidepreise um 8 bis 34%. Brotgetreide verzeichnet dabei das Minimum, wogegen die verschiedenen Futtergetreide — Mais, Hafer und Gerste — Steigerungen zwischen 21 und 34% aufweisen. Am deutlichsten aber erscheint der Preisruck bei Schmalz (+ 76%) gefolgt von Kakao (+ 59%) und Kokosöl (+ 51%). Wesentlich darunter blieb Zucker mit einer Zunahme von immerhin 17%; fast bescheiden nimmt sich daneben die Hausse auf Kaffee mit «nur» 8% und diejenige auf Petrol mit 6% aus.

Auch *binnen der letzten drei Monate* müssen wir durchwegs Erhöhungen feststellen. Den stärksten Gewinn aus der gegenwärtigen Marktlage zog Kokosöl (+ 26%) gefolgt von Schmalz (+ 15%). Die Getreidearten festigten sich je nach Nachfrage und Ernteaussichten um 4 bis 13%. Im Gegensatz zum Vorquartal vermochten die Genussmittel dank ständig steigendem Weltverbrauch ihre Stellung wieder zu verbessern: Kaffee um 5% und

	1. März 1950	1. Dezember 1950	1. März 1951	Veränderungen in % am 1. März 1951 gegenüber	
				1. März 1950	1. Dez. 1950
Weizen (Chicago, nächster Termin)	221½	226⅛	239⅞	+ 8	+ 6
Mais (Chicago, nächster Termin)	130⅞	160⅞	174½	+ 34	+ 9
Hafer (Chicago, nächster Termin)	74⅜	94¾	98½	+ 32	+ 4
Gerste (Winnipeg, nächster Termin)	126¼	135¼	153.0	+ 21	+ 13
Zucker, Kontr. 4 (New York, nächster Termin)	4.46	5.19	5.22[1]	+ 17	+ 1
Kaffee, Santos «D» (New York, disp.)	50.75	52.25	55.0[2]	+ 8	+ 5
Kakao, Bahia (New York, disp.)	23.50	36.12½	37.37½	+ 59	+ 4
Kokosöl (New York, disp.)	14.37½	17.25	21.75	+ 51	+ 26
Schmalz (Chicago, nächster Termin)	10.65	16.05	18.77½	+ 76	+ 15
Petroleum, Kerosene, Water White, Export (New York)	8.50	9.00	9.0	+ 6	—

[1] 28. Februar [2] Santos «S»

Gewogene Durchschnittspreise

berechnet auf Grund der Angaben von 29 Konsumgenossenschaften in den Städten (Ortschaften mit über 10 000 Einwohnern)

Artikel	Einheit	Preis in Rappen am			Veränderungen in % am 1. März 1951 gegenüber	
		1. Sept. 1939	1. Dez. 1950	1. März 1951	1. Sept. 1939	1. Dez. 1950
Butter, Koch-	kg	443	851	851	+ 92,2	—
Butter, Tafel- (modelliert), in Mengen zu 100 g	kg	503	1027	1027	+ 104,2	—
Käse, Ia Emmentaler oder Greyerzer	kg	293	556	556	+ 89,8	—
Milch, Voll-, im Laden abgeholt	Liter	33	49	49	+ 48,5	—
Fett, Kokosnuss-, in Tafeln	kg	157	292	322	+ 105,1	+ 10,3
Fett, Koch-, billigste Qualität	kg	180	310	331	+ 83,9	+ 6,8
Fett, Schweine-, importiertes	kg	227	375	390	+ 71,8	+ 4,0
Fett, Schweine-, einheimisches	kg	220	373	382	+ 73,6	+ 2,4
Öl, Oliven-	Liter	257	347	408	+ 58,8	+ 17,6
Öl, Speise-	Liter	150	287	309	+ 106,0	+ 7,7
Brot, Halbweiss-	kg	44	71	71	+ 61,4	—
Brot, Ruch-	kg	37	50	50	+ 35,1	—
Mehl, Halbweiss-	kg	41	79	80	+ 95,1	+ 1,3
Mehl, Weiss-	kg	46	156	155	+ 237,0	— 0,6
Weizengriess	kg	41	150	150	+ 265,9	—
Maisgriess, zu Kochzwecken	kg	34	69	69	+ 102,9	—
Gerste, Roll-	kg	50	87	90	+ 80,0	+ 3,4
Haferflocken, offene	kg	48	89	96	+ 100,0	+ 7,9
Hafergrütze, offene	kg	54	107	111	+ 105,6	+ 3,7
Teigwaren, billigste Qualität, offene	kg	59	94	94	+ 59,3	—
Bohnen, weisse, Ia	kg	48	108	106	+ 120,8	— 1,9
Erbsen, gelbe, ganze, Ia	kg	60	120	120	+ 100,0	—
Linsen	kg	74	129	137	+ 85,1	+ 6,2
Reis, Camolino gigante (Maratelli)	kg	*	135	139	+ .	+ 3,0
Reis, italienischer, glacé 6 A	kg	56	131	134	+ 139,3	+ 2,3
Fleisch, Mittelpreis zwischen I. und II. Qualität						
Fleisch, Kalb-, gewöhnl. Braten-, mit Knochen	kg	350	676	648	+ 85,1	— 4,1
Fleisch, Rind-, gewöhnl. Braten- und Siede-, mit Knochen	kg	279	540	541	+ 93,9	+ 0,2
Fleisch, Schaf-, gewöhnl. Braten- und Siede-, mit Knochen	kg	315	604	615	+ 95,2	+ 1,8
Fleisch, Schweine-, frisches, mageres, mit Knochen	kg	349	697	706	+ 102,3	+ 1,3
Speck, einheimischer, geräuchert, magerer	kg	389	806	811	+ 108,5	+ 0,6
Eier, Import-	Stück	12	28	22	+ 83,3	— 21,4
Kartoffeln, im Detail	kg	22	32	37	+ 68,2	+ 15,6
Kartoffeln, migros, sackweise	kg	20	26	31	+ 55,0	+ 19,2
Honig, einheimischer, offener	kg	430	774	771	+ 79,3	— 0,4
Zucker, Kristall-, weisser	kg	54	104	107	+ 98,1	+ 2,9
Schokolade, Ménage	kg	225	500	543	+ 141,3	+ 8,6
Schokolade, Milch-, billigste Qualität, in Tafeln	kg	258	563	593	+ 129,8	+ 5,3
Sauerkraut	kg	44	60	58	+ 31,8	— 3,3
Zwetschgen, gedörrte, mittelgrosse	kg	92	200	220	+ 139,1	+ 10,0
Essig, Wein-	Liter	64	99	98	+ 53,1	— 1,0
Wein, Rosé, spanischer	Liter	101	159	159	+ 57,4	—
Schwarztee, mittlere Qualität	kg	761	1480	1488	+ 95,5	+ 0,5
Zichorien, kurante Qualität	kg	107	214	214	+ 100,0	—
Kakao, billigste Qualität, offener, ungezuckert	kg	198	479	494	+ 149,5	+ 3,1
Kaffee, Santos, grüner, mittlere Qualität	kg	211	772	782	+ 270,6	+ 1,3
Kaffee, Röst-, «Casa»	kg	280	759	769	+ 174,6	+ 1,3
Anthrazit, belgischer, ins Haus geliefert	100 kg	977	2278	2373	+ 142,9	+ 4,2
Briketts, ins Haus geliefert	100 kg	722	1170	1172	+ 62,3	+ 0,2
Brennsprit, 92°	Liter	68	184	177	+ 160,3	— 3,8
Petroleum, Sicherheitsöl, offenes	Liter	30	53	53	+ 76,7	—
Seife, Kern-, Ia, weisse	kg	85	214	231	+ 171,8	+ 7,9

Indexziffern nach Gruppen aufgeteilt

berechnet auf Grund der gewogenen Durchschnittspreise

Indexgruppen	Beträge in Franken am			Indexziffern, wenn 1. Juni 1914 = 100, am			Veränderungen in % am 1. März 1951 gegenüber	
	1. September 1939	1. Dezember 1950	1. März 1951	1. September 1939	1. Dezember 1950	1. März 1951	1. September 1939	1. Dezember 1950
Milch und Milcherzeugnisse	471.15	749.88	749.88	138	219	219	+ 59,2	—
Speisefette und -öle	44.46	77.92	82.54	110	194	205	+ 85,7	+ 5,9
Getreideprodukte	257.74	381.03	381.90	120	177	178	+ 48,2	+ 0,2
Hülsenfrüchte	10.14	22.94	23.30	109	246	250	+ 129,8	+ 1,6
Fleisch	286.35	558.59	559.31	145	282	283	+ 95,3	+ 0,1
Eier	48.—	112.—	88.—	120	280	220	+ 83,3	− 21,4
Kartoffeln	55.—	80.—	92.50	116	168	195	+ 68,2	+ 15,6
Zucker und Honig	44.25	84.26	86.25	116	220	226	+ 94,9	+ 2,4
Genussmittel	37.17	93.93	97.77	103	260	271	+ 163,0	+ 4,1
Sämtliche Nahrungs- und Genussmittel	**1254.26**	**2160.55**	**2161.45**	**130**	**224**	**224**	**+ 72,3**	**+ 0,0**
Brennstoffe und Seife	146.75	299.54	307.68	146	298	306	+ 109,7	+ 2,7
Sämtliche Artikel	**1401.01**	**2460.09**	**2469.13**	**131**	**231**	**231**	**+ 76,2**	**+ 0,4**

Städte-Indexziffern

berechnet auf Grund der Preisangaben der einzelnen Konsumgenossenschaften

Städte	Beträge in Franken			Rangordnung		
	netto		brutto total	netto		brutto total
	ohne Milch und Fleisch	total		ohne Milch und Fleisch	total	
Basel	1 252.82	2 285.23	2 434.20	1	1	5
Winterthur	1 264.39	2 365.36	2 449.61	2	6	7
Aarau	1 273.60	2 414.68	2 491.59	3	18	20
Fribourg	1 276.87	2 439.06	2 513.49	4	24	23
Biel (B.)	1 278.41	2 351.17	2 426.88	5	4	3
Schaffhausen	1 278.50	2 422.77	2 488.35	6	19	19
Olten	1 282.88	2 392.28	2 485.06	7	13	17
Thun-Steffisburg	1 283.24	2 396.58	2 475.89	8	14	15
Grenchen	1 289.46	2 340.32	2 473.15	9	2	13
Baden	1 293.94	2 387.75	2 458.38	10	11	8
Städtemittel	**1 294.38**	**2 374.15**	**2 469.13**	—	—	—
Zug	1 294.81	2 345.24	2 416.20	11	3	2
Chur	1 296.13	2 370.48	2 473.59	12	7	14
La Chaux-de-Fonds / Le Locle	1 297.83	2 360.52	2 402.12	13	5	1
Neuchâtel	1 301.43	2 384.23	2 430.69	14	10	4
Lausanne	1 305.16	2 374.91	2 438.08	15	8	6
Yverdon	1 308.16	2 459.94	2 511.06	16	28	22
Solothurn	1 310.85	2 425.86	2 518.89	17	20	26
Rorschach	1 314.45	2 376.75	2 471.46	18	9	12
Zürich	1 316.98	2 432.67	2 516.27	19	22	24
Luzern	1 317.21	2 396.71	2 478.16	20	15	16
Lugano	1 318.11	2 454.49	2 523.86	21	25	27
Genève	1 320.55	2 390.30	2 463.11	22	12	11
Burgdorf	1 320.97	2 402.68	2 458.96	23	16	9
Bern	1 321.48	2 405.18	2 461.22	24	17	10
Uster	1 324.82	2 455.72	2 517.65	25	26	25
Bellinzona	1 326.70	2 457.75	2 524.79	26	27	28
Herisau	1 331.57	2 428.34	2 485.73	27	21	18
Vevey / Montreux	1 341.33	2 460.88	2 528.66	28	29	29
St. Gallen	1 342.08	2 437.11	2 499.72	29	23	21

Kakao um 4%. Zucker blieb mit + 1% nahezu. Petrol völlig stabil.

Die Preisbildung auf dem inländischen Detailmarkt

unterliegt selbstverständlich weitgehend dem Trend des Welthandels. Zwar dauert es immer eine gewisse Zeit, bis solche Auswirkungen — die zudem im Kleinhandel selbst mancherlei Einflüssen unterliegen — zur Geltung kommen. Heute blicken wir jedoch auf eine derart lange und kräftige Hausse am Weltmarkt zurück, dass es nur natürlich ist, wenn diese Tendenz mehr und mehr auch in den Detailhandelspreisen sichtbar wird.

So steht denn unsere Erhebung per 1. März weitgehend im Zeichen zunehmender Teuerung. Von den total 1439 eingegangenen Preisangaben stehen 400 höher und 126 tiefer als vor drei Monaten. Die aus diesem Verhältnis unschwer erkennbare Aufwärtsbewegung bleibt in der Tabelle der gewogenen Durchschnittspreise ungemildert bestehen: unter 51 schweizerischen Mittelwerten finden sich im Vergleich zum Stand vom 1. Dezember 1950 30 Aufschläge, denen bloss 8 Rückgänge gegenüberstehen. 13 Preise bleiben unverändert.

Ein Blick auf die Kolonne der *einzelnen Preisänderungen* zeigt unter den zahlreichen *Aufschlägen* die Speisekartoffeln an der Spitze. Bei sackweiser Abgabe verteuerten sie sich um nahezu einen Fünftel (+19.2%), im Detailverkauf um 15.6%. Der Aufschlag ist Ausdruck der saisonalen Kostenzunahme für Lagerung und Vertrieb. Einem starken Preisauftrieb unterliegen auch Speisefette und -öle. Verteuerte Wiederbeschaffung verursachte einen Aufstieg um 17.6% bei Oliven-, um 7,7% bei Arachidöl. Die Fette folgten dieser Tendenz: Kokosnussfett steht um 10.3%, gewöhnliches Kochfett ohne Butter um 6.8%, Schweinefett je nach Provenienz um 2,4 bis 4% höher. In engem Zusammenhang mit der Fettverteuerung steht auch der Aufschlag auf Kernseife (+ 7.9%). Von grösserer Bedeutung sind zudem mehrere Preiserhöhungen unter den Hülsenfrüchten. Haferflocken stiegen um 7.9%, Hafergrütze und Rollgerste um 3.7 bzw. 3.4%. Linsen und Reis, wo die Zufuhren ebenfalls zu versteiften Preisen getätigt werden müssen, stehen um 6.2, bzw. um 2.3% für ital. glacé und 3.0% für Maratelli-Qualität höher. Die allgemeine Haussetendenz widerspiegelt sich auch im Aufschlag von Schokolade (+ 8,6% für Ménage-, + 5.3% für Milchschokolade), wo die Rohstoffe teurer und schwieriger zu beschaffen sind. Zu diesen Ausgangsprodukten gehören u. a. Kakao und Zucker, deren Detailpreise ebenfalls anstiegen: + 3,1%, bzw. + 2.9%. Endlich sei auf den um 4.2% erhöhten Anthrazitpreis hingewiesen. Belgische Qualität, die unserer Erhebung seit jeher zugrunde liegt, ist zurzeit in einigen Vereinen nicht mehr erhältlich. An diesen Orten stützt sich unsere Enquête auf Angaben privater Betriebe oder auf Preise, wie sie in lokalen Abmachungen der Kohlenhändlerfirmen festgelegt wurden. Auf diese Weise konnte die Kontinuität unserer Erhebung gewahrt und eine Verfälschung der Resultate verhütet werden.

Abschläge von Bedeutung sind nur zwei zu erwähnen. Aus Saisongründen verbilligten sich die (Import-)Eier um volle 21.4%. Anderseits führte das gestiegene Angebot an Mastkälbern zu einer gut 4%igen Senkung des Kalbfleischpreises.

Werfen wir nach diesen Hinweisen auf die Veränderung einiger Kleinhandelspreise einen Blick zurück auf die früher geschilderten Verhältnisse am Weltmarkt! In eindrücklichster Weise werden wir dabei der weitreichenden Abhängigkeit der Detailpreise vom Stand und Verlauf der Kurse an den internationalen Warenbörsen gewahr. Wir erkennen: je direkter die Beziehung eines Produktes zum ausländischen Markt, um so konsequenter folgt sein Preis dem Kurs des Welthandels (z. B. Fette und Oele, Zucker). Und umgekehrt: je enger die Verbundenheit eines Erzeugnisses mit der inländischen Wirtschaft, um so getreuer gleichen sich seine Beschaffungskosten — sofern nicht besondere, zumeist saisonale Gründe eine abweichende Entwicklung bedingen (Eier, Kartoffeln) — dem allgemein inländischen Preisgefüge an (z. B. Milch, Milchprodukte). Bei der grossen Abhängigkeit unserer Versorgung vom Ausland können wir somit ermessen, wie verhältnismässig bescheiden in manchen Gebieten unsere Macht ist, gegen Preiswellen, die vom Ausland her zu uns dringen, wirksame Dämme zu errichten. —

Das starke zahlenmässige Ueberwiegen der Aufschläge in unserer Erhebung per 1. März lässt für den *Index der Kleinhandelspreise* ein Ansteigen erwarten. Diese Erhöhung tritt tatsächlich ein; sie hält sich aber in verhältnismässig bescheidenem Rahmen. Dies darum, weil der Vielfalt der verteuerten Lebensmittel insgesamt im Haushalt nur wenig mehr Bedeutung zukommt als anderseits den wenigen eingetretenen Verbilligungen. Die nachstehende Tabelle zeigt, wie sich im «normalen» Haushaltbudget in den einzelnen Gruppen die seit drei Monaten eingetretenen Preisänderungen auswirken:

	+	—
Speisefette und -öle	4.62	
Getreideprodukte	—.87	
Hülsenfrüchte	—.36	
Fleisch	—.72	
Eier		24.—
Kartoffeln	12.50	
Zucker und Honig	1.99	
Genussmittel	3.84	
Brennstoffe und Seife	8.14	
Saldo		*9.04*
	33.04	33.04

Deutlich geht hieraus hervor, dass der Verteuerung der Kartoffeln das Hauptgewicht zufällt. Spürbar wirken sich zudem die Aufschläge von Brennstoffen (Anthrazit) und Seife aus, und eine nennenswerte Ausgabenvermehrung ergibt sich aus den gestiegenen Fett- und Oelpreisen. Endlich ist eine gewisse Erhöhung des Postens Genussmittel festzuhalten, welche durch die Verteuerung der Schokolade bedingt ist.

Anderseits brachte der massive Aufschlag auf Eier, die im Haushalt eine bedeutende Rolle spielen, einen weitgehenden Ausgleich der eingetretenen Aufschläge. Der oben erwähnte Preisrückgang auf Kalbfleisch tritt hier nur deshalb nicht in Erscheinung, weil er innerhalb der Gruppe Fleisch durch geringe Erhöhungen der übrigen Fleischpreise bereits ausgeglichen wurde.

Der ausgewiesene Saldo von *Fr. 9.04* stellt die absolute Wertvermehrung der Indexartikel von Fr. 2460.09 am 1. Dezember letzten Jahres auf *Fr. 2469.13* am vergangenen 1. März dar. Entsprechend ergibt sich für die gleiche Zeit eine

Erhöhung der Indexziffer der Kleinhandelspreise um 0,4%.

Sie erreicht damit den Stand von *176,2* Punkten, wenn der 1. September 1939 und von *231,5* Punkten, wenn der 1. Juni 1914 als Ausgangspunkt, d. h. gleich 100 angenommen wird.

Die Tabelle der *Städteindexziffern* hat gegenüber dem 1. Dezember 1950 nur geringfügige Verschiebungen er-

fahren. Es ist verlockend, aus dieser Rangfolge auf die Lebenshaltungskosten in den erfassten Orten zu schliessen. Dabei dürfen wir jedoch nicht übersehen, dass unsere Erhebung nur einen Teil der Ausgaben des Durchschnittshaushaltes erfasst. Es ist deshalb sehr wahrscheinlich, dass durch Hinzufügen der Ausgaben beispielsweise für Miete, Kleidung und Steuern die Gliederung der Tabelle merklich verändert würde. Anderseits aber darf betont werden, dass die Zahlen, soweit sie den Kreis der Bedürfnisse umschliessen, als absolut schlüssig und repräsentativ angesehen werden dürfen.

Aus den Indexziffern der *ausländischen Nachbargenossenschaften* ist ersichtlich, dass die Preisentwicklung auch ausserhalb unserer Landesgrenzen im grossen und ganzen im gleichen Sinne verläuft wie bei uns. Im Detail ergeben sich folgende Werte:

	Dornbirn	Lörrach	Mülhausen
Wert der Indexartikel gemäss ausländischem Preis in entsprechender Landeswährung . . .	7 949.46	2 020.24	179 199.99
Umrechnungskurs (100 Einheiten fremder Währung = Schweizer Franken)	20.59[77]	104.10	1.23
Wert der Indexartikel gemäss ausländischem Preis in Schweizer Franken	1 637.41	2 103.07	2 204.16
Wert der Indexartikel gemäss Schweizer Preis in Schweizer Franken	2 323.19	2 469.13	2 437.95
Indexziffer des Auslandes, wenn schweizerische = 100	70	85	90

Der neue Stand der Vergleichsziffern von 70 (am 1. Dezember 1950 76) Punkten für *Dornbirn*, von 85 (83) Punkten für *Lörrach* und von 90 (84) Punkten für *Mülhausen* besagen, dass in Deutschland und Frankreich die Teuerung etwas weiter fortgeschritten ist als bei uns. Anderseits spricht das Absinken der Indexziffer von Dornbirn für eine grössere Stabilität der österreichischen Detailpreise, soweit sie durch unsere Erhebung erfasst werden. Kh.

Noch bis Ende März

wird die Sammlung zugunsten der Lawinengeschädigten von der Patenschaft Co-op weitergeführt. Bis unmittelbar vor Ostern ist ein Betrag von etwas über

85 000 Franken

zusammengebracht worden. Eine letzte Anstrengung ist notwendig. Noch haben alle Vereine, die bis dahin die Einzahlung eines Betrages versäumt haben, Gelegenheit, das nachzuholen. Einzahlungen auf

Postkonto V 843, Patenschaft Co-op, Basel

Sitzung des Verwaltungsrates des V. S. K.

Am 10. März 1951 versammelte sich der Verwaltungsrat des V. S. K. in Basel zu seiner ersten diesjährigen Sitzung.

Das *Protokoll der Sitzung vom 2. Dezember 1950* wurde genehmigt.

Anschliessend daran wurden die *Monatsberichte* der Direktion pro November und Dezember 1950 und Januar und Februar 1951 sowie der *Jahresbericht und die Jahresrechnung pro 1950* behandelt. Gestützt auf den Bericht der Kontrollstelle und das Ergebnis der Untersuchung durch seinen Ausschuss beschloss der Verwaltungsrat, Jahresbericht und Jahresrechnung an die Delegiertenversammlung weiterzuleiten und dazu folgende Anträge zu stellen:

a) Genehmigung des Berichtes und der Rechnung.

b) Verwendung des Nettoüberschusses:

Verzinsung der Anteilscheine zu 4%	367 712.30
Zuweisung an die ordentl. Reserven	500 000.—
Vortrag auf neue Rechnung	190 547.75
	1 058 260.05

c) Entlastung der verantwortlichen Verbandsorgane.

Für die *Delegiertenversammlung* vom 2. und 3. Juni 1951 in Genf wurde die Tagesordnung festgesetzt. Sie wird an anderer Stelle publiziert werden.

Der Antrag der Verbandsdirektion betreffend *Erweiterung der Lagerhausbauten in Pratteln* unter gleichzeitiger Einrichtung einer vollautomatischen Oelabfüllmaschine wurde genehmigt und der dafür erforderliche Kredit bewilligt.

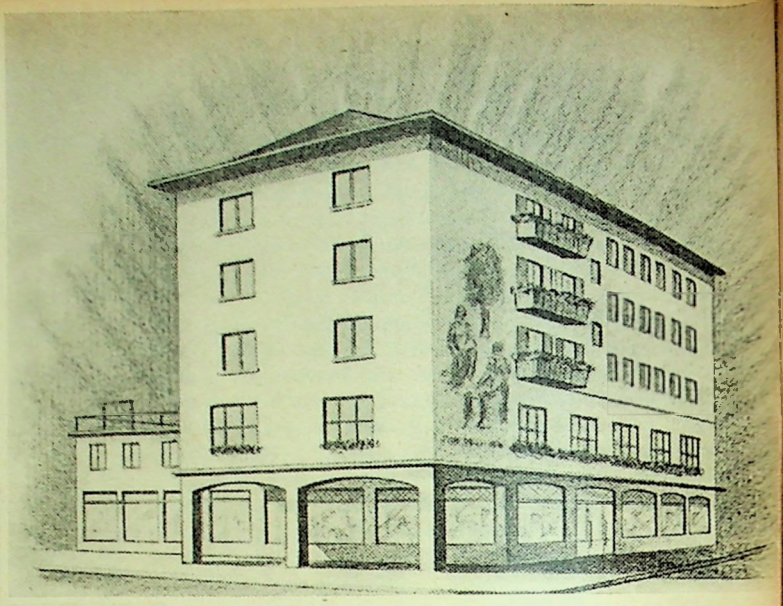
Zur Konsolidierung der Finanzlage des *Genossenschaftlichen Seminars* und zur Sicherung des notwendigen Ausbaues der Aufgaben dieses zentralen genossenschaftlichen Erziehungsinstitutes beschloss der Verwaltungsrat, der Delegiertenversammlung einen Beschluss zu beantragen, wonach die Verbandsvereine — neben den regelmässigen Zuwendungen durch den V. S. K. und die Zweckgenossenschaften — an das Seminar einen jährlichen Beitrag von 15 Rappen pro 1000 Franken Umsatz leisten.

Dem neuen Chef der Abteilung Textilwaren, Herrn *Emil Steiger*, erteilte der Verwaltungsrat Kollektivprokura. Diese ist im Handelsregister einzutragen unter gleichzeitiger Löschung der Unterschriftsberechtigung der infolge Pensionierung ausscheidenden Herren Prokuristen *Ernst Siebenmann* und *Hermann Zeller*.

Im Hinblick darauf, dass Herr Dr. Leo Müller seinen Rücktritt als Direktor des V. S. K. auf den Moment der Rechnungsablage des laufenden Geschäftsjahres erklärt hat, und um die Verbandsdirektion zu entlasten, traf der Verwaltungsrat eine Zuwahl und wählte als ein neues Direktionsmitglied Herrn *Peter Seiler*, Prokurist des V. S. K. und Chef der Zentralbuchhaltung.

Schliesslich nahm der Verwaltungsrat Kenntnis von der Demission des Herrn *Felix Gschwind* als Mitglied des Verwaltungsrates. Die Ersatzwahl für den Rest der Amtsperiode wurde auf die Traktandenliste der nächsten Delegiertenversammlung gesetzt.

Zwei fortschrittliche Genossenschaften in der Ostschweiz



Der «Grüne Baum» in Rorschach, wie er früher war und wie er bald sein wird.

Ein Kaufhaus...

Schon lange war den Rorschachern das Hotel «Grüner Baum» ein Dorn im Auge. Einst das vornehmste und beste Hotel des Hafenorts am Bodensee, war es im Laufe der Zeit baufällig geworden, und selbst die Erinnerung daran, dass in diesem Hause der bekannte Komponist von «O, mein Heimatland», Baumgartner, das Licht der Welt erblickt hatte, vermochte den Bürgern und Einwohnern das Haus nicht liebenswerter zu machen. Längst schon war sein Todesurteil unterschrieben und besiegelt, und nur noch der Käufer fehlte, der bereit gewesen wäre, das Haus abzureissen und an seiner Stelle einen Neubau zu errichten.

Die Allgemeine Konsumgenossenschaft *Rorschach* hatte vor Jahren schon einmal sich mit der Erwerbung dieser Liegenschaft befasst, die Angelegenheit dann aber zurückstellen müssen. Anfangs des vergangenen Jahres begann sich die Baugenossenschaft «Daheim», St. Gallen, dafür zu interessieren, erwarb rasch entschlossen das baufällige Haus und entschloss sich, an seine Stelle einen modernen Bau treten zu lassen. Hier schaltete sich die Konsumgenossenschaft ein und erreichte, dass die Baugenossenschaft sich bereit fand, Parterre und I. Stock nach den genossenschaftlichen Wünschen zu gestalten, um darin ein modernes Kaufhaus, das in Rorschach schon lange dringendes Bedürfnis war, unterzubringen.

Die Vereinbarung kam zustande, das Haus wurde gebaut und heute steht es vor der Vollendung. Noch sind die Gerüste nicht abgebrochen, noch fehlt der Verputz, noch sind die modernen Schaufenster teilweise hinter Dreckhaufen und Bretterzäunen verborgen, und doch konnten bereits in der vorletzten Woche die ehedem zersplitterten und auseinanderliegenden drei Spezialgeschäfte der Allgemeinen Konsumgenossenschaft Rorschach ihren Einzug im Neubau halten, der sich entsprechend festlich gestaltete.

*

Das Innere des neuen Kaufhauses, das sich bewusst von jenem berühmten oder mehr noch berüchtigten Warenhausstil fernhält, legt Zeugnis ab von den Meistern ihres Faches, die hier vereint tätig waren. Nur einen dieser Meister möchten wir hier lobend erwähnen, den, dem der gesamte Innenausbau übertragen war: Architekt Walter *Sigg* vom Baubüro des V. S. K. in Basel. Ihm vor allem ist es zu verdanken, wenn aus diesem Kaufhaus ein eigentliches Bijou geworden ist, das jeden, der es betritt, in seiner Gediegenheit und seiner Schlichtheit beeindruckt.

Die Innenausstattung, die zum grossen Teil Rorschacher Handwerksbetrieben entstammt, wurde in heller Esche gestaltet, und die lichtdurchfluteten Räume, die den Mit-

gliedern auch bei Andrang genügend Platz lassen, sind und wirken zweckmässig und schön. Da ist alles durchdacht und nichts wurde vergessen, dem Konsumenten einerseits alles, was das Kaufhaus zu bieten hat, zu zeigen, um ihm andererseits die Freude grösster Auswahl zu lassen.

Den Hauptteil des Parterres nimmt die Textilwarenabteilung mit ihren verschiedenen Rayons ein, an die sich westlich eine moderne Schuhabteilung anschliesst. Ueber eine schön geschwungene Treppe erreicht der Besucher die Haushaltabteilung, in der die Auswahl, die die Genossenschaft zu bieten hat, auf breiten niedrigen Gestellen ausgelegt ist, zwischen denen hindurch der Käufer ohne Hindernisse sich ergehen kann. Hier wird eine Art Mischung von Bedienungs- und Selbstbedienungsladen erreicht, die bestimmt auf die Hausfrau und auch auf den männlichen Käufer nicht ohne Wirkung bleiben wird. Vom einfachsten Haushaltgerät bis zum feinsten Porzellan ist hier alles vorhanden, handle es sich um Gebrauchsartikel für die Hausfrau oder um eigentliche Luxusgegenstände. Eine kleine Teppichabteilung und die Spielwarenabteilung schliessen westlich den ganzen Boden ab und bezeugen, dass in diesem Kaufhaus nichts fehlt, wessen der Haushalt bedarf.

Im ganzen darf das neue Haus der Rorschacher Genossenschafter, das diese mit Stolz erfüllt, als zweckmässige Lösung für eine Unzahl von Problemen gewertet werden, so dass uns in bezug auf den Erfolg der nun hier vereinten Geschäftszweige kaum bange zu sein braucht.

Durch seine äussere Präsentation, durch ein vom bekannten Künstler Glinz noch anzubringendes Sgraffito, durch seine elf auf die Eröffnung hin besonders geschmackvoll hergerichteten Schaufenster wird der Neubau, der freilich heute noch zum Teil hinter Bretterwänden verborgen liegt, dem Bodanplatz in Rorschach bald ein ganz neues Aussehen verleihen. Der Grosszügigkeit der Rorschacher Genossenschafter können wir unsere Anerkennung, die sich auch auf alle, die hier mitgewirkt haben, erstreckt, nicht versagen und sind überzeugt, dass auch in der Zukunft die grösste Genossenschaft des Kreisverbandes VIII, die heute mit ihren 2500 Mitgliedern einen Umsatz von gegen 3,5 Millionen Franken erreicht, im neu erstandenen ersten Kaufhaus innerhalb des Kreises und auch auf andern Gebieten in der Zukunft Bestes leisten wird.

... ein Spezialgeschäft ...

Fünfzehn Minuten Bahnfahrt trennen Rorschach vom kleineren Bodenseeort *Romanshorn* mit seinen rund 6000 Einwohnern. Auch hier ist Leben in der Genossenschaft, auch hier wälzte man lange Zeit verschiedene Pläne, die teilweise schon gereift sind und deren erste Ergebnisse unsere Beachtung verdienen.

Der Hauptladen des Lebensmittelvereins Romanshorn war bis zum Herbst des vergangenen Jahres nicht nur Warenladen, sondern enthielt gleichzeitig auch die sämtlichen Spezialabteilungen, die alle unter empfindlichem Platzmangel litten. Nach sorgfältigster Vorbereitung, nach Ueberwindung von Referendumskämpfen, konnte der Lebensmittelverein an eine durchgreifende Neugestaltung dieses Hauptladens herantreten und wartet heute dem Besucher mit einer zum Teil vollendeten, zum Teil noch im Ausbau befindenden guten Lösung auf. Der Warenladen musste weichen und die gesamte Ladenfläche im Hauptgeschäft wurde den drei Spezialabteilungen zugewiesen. Nach entsprechendem Um- und Ausbau, der wiederum die Hand unseres Architekten *Sigg* nicht verleugnet, konnte im vergangenen Dezember das neue Spezialgeschäft eröffnet werden.

Der Laden ist auf das Parterre beschränkt, was angesichts des gegenüber Rorschach etwas geringeren Umsatzes von rund 2,5 Millionen Franken wohl auch genügen dürfte. Ebenso erfreulich wie in Rorschach sind hier die Probleme, die sich dem Architekten und den Handwerkern stellten, gelöst worden. Die drei Spezialabteilungen sind heute in der Lage, ihre Leistungsfähigkeit den Mitgliedern sichtbar werden zu lassen, und diese Mitglieder anerkennen die gesteigerte Leistungsfähigkeit denn auch durch rege Benützung der neu zur Verfügung gestellten Möglichkeiten, kann doch für das vergangene Halbjahr eine Umsatzzunahme in den Spezialgeschäften von 36% gemeldet werden, wobei noch besonders zu beachten ist, dass nur vier Monate im umgebauten Lokal verkauft werden konnte, während zwei Monate unter der Beeinträchtigung, die ein Umbau immer mit sich bringt, litten.

Der Warenladen ist vorläufig in einer eigens gebauten freundlichen Baracke untergebracht worden, kann

Blick in die Eingangshalle des neuen Rorschacher Kaufhauses.

aber bald in einen ebenfalls von der Baugenossenschaft «Daheim» St. Gallen erstellten Neubau übersiedeln. Etwa 200 Meter vom Hauptgeschäft entfernt steht das Gebäude im Rohbau fertig, das bald Warenladen, Café und Metzgerei aufzunehmen bestimmt ist. Etwa vom Mai an dürfte den Mitgliedern des Lebensmittelvereins ein sehr moderner Selbstbedienungsladen mit einer angebauten Gemüse- und Früchteabteilung, eine ganz neue Metzgerei und ein neues Café zur Verfügung stehen. Initiative zeichnet auch den Lebensmittelverein Romanshorn aus, der beharrlich und konsequent daran arbeitet, seinen Mitgliedern durch die neu zur Verfügung gestellten Möglichkeiten beste Dienste zu leisten.

Auch dem Lebensmittelverein Romanshorn sprechen wir Anerkennung und Dank für seine fortschrittliche Leistung aus, von der wir hoffen, dann noch mehr und Näheres berichten zu können, wenn auch die neuen Läden und das Café an der Alleestrasse im neuen Alleehof bezogen sein werden.

... und eine Personalkonferenz

Gewiss, es besteht kein innerer Zusammenhang zwischen den beiden erfreulichen Neuerungen innerhalb der Verbandsvereine von Rorschach und Romanshorn und der Personalkonferenz, wenn nicht der, dass der eigentliche Grund der Reise des Berichterstatters in die fernere Ostschweiz, die ihn einiges Material mit nach Hause bringen liess, eben gerade diese Personalkonferenz bildete, an der er zu referieren hatte. Und so ist es wohl angebracht, wenn wir auch darüber einige Worte verlieren, um so mehr als ja neue Läden und Kaufhäuser nicht viel mehr als den äussern Rahmen bilden können, in dem sich dann das genossenschaft-

Bilder von Rorschach (von oben nach unten):

Die Textilabteilung im «Grünen Baum», wie sie sich vom Eingang her präsentiert.

Hell und freundlich bietet sich die Schuhabteilung dem Eintretenden dar.

Blick in die geräumige, das ganze erste Stockwerk umfassende Haushaltabteilung.

liche Leben zu entfalten hat. So wichtig Betriebsanlagen und Einrichtungen für die Genossenschaft allgemein sind, so sind doch bestimmt noch wichtiger die Menschen, für die die Anlagen und Einrichtungen bestimmt sind und die in ihnen arbeiten.

Dem Berichterstatter scheint ein guter Geist im Personal des Lebensmittelvereins Romanshorn zu herrschen. Offen werden Betriebsprobleme besprochen, offen wird von beiden Seiten kritisiert, und Vorschläge und Anregungen finden immer Gehör. So war es im ganzen gesehen ein ausserordentlich lebendiger Abend, der sich bis gegen Mitternacht hinzog, so ausgiebig wurden von Seiten der Leitung wie der Angestellten die einzelnen Probleme vorgelegt und besprochen.

*

Wir hatten während eines Tages Gelegenheit, uns ein wenig mit zwei lebendigen Genossenschaften zu beschäftigen und haben unsere Eindrücke hier wiedergegeben. Es sind vornehmlich positive Eindrücke, die aber nicht darüber hinwegtäuschen wollen, dass, wo Licht ist, sich auch immer Schatten findet, oder mit andern Worten ausgedrückt: dass auch in den beiden ostschweizerischen Genossenschaften Probleme zu lösen sind, die die ganze Kraft der Verantwortlichen erfordern. Das Wesentliche scheint uns jedoch immer das zu sein, dass diejenigen, die zuerst für die Gesamtaufgabe verantwortlich sind, mutig die Probleme anpacken und sie zusammen mit Angestellten- und Mitgliedschaft zu lösen suchen. Das ist die einzig wirkliche genossenschaftliche Einstellung, zu der wir vor allem die beiden Genossenschaften beglückwünschen möchten. M.

Bilder von Romanshorn (von oben nach unten):

Auch das neue Spezialgeschäft des Lebensmittelvereins Romanshorn darf sich sehen lassen: Blick in die Textilabteilung.

Die Schuhabteilung mit den ansprechenden Auslagekästen, die auch für Rorschach charakteristisch sind.

Den Verhältnissen entsprechend, ist in Romanshorn auch die Haushaltabteilung etwas kleiner bemessen.

Verwalter äussern sich

über das Haushaltungsbuch und den Co-op Abreisskalender

Als Konsumverwalter kann man sich nur fragen: Ist es überhaupt notwendig, noch speziell auf diese glückliche Werbegelegenheit hinzuweisen? Bestimmt hat jede fortschrittliche Konsumgenossenschaft die grosse Bedeutung der Abgabe des Co-op *Abreisskalenders* und des *Haushaltungsbuches* in dankbarer Weise selbst schon ermessen können.

Unsere Genossenschaft gibt Jahr für Jahr den Wandblockkalender *gratis* an die Mitglieder ab. Sicher ist dies eine bedeutende, aber auch eine der lohnendsten Ausgaben. Direkte Anerkennungen von seiten unserer Mitglieder bestätigen uns, dass sie den Kalender jeweils zur Jahreswende als «Neujahrsgeschenk» ihres Konsums dankbar entgegennehmen. Dabei halten wir es so, dass für die Verteilung eine genaue Kontrolle besteht und dass vor allem der Kalender für diejenigen Mitglieder reserviert bleibt, die sich schon auf Grund einer Umfrage im Laufe des Jahres dafür beworben haben.

Ebenso sehen wir auch in der Vermittlung des Haushaltungsbuches eine bedeutende Werbung. In seiner geschickten und praktischen Aufmachung, mit seinen vielen Ratschlägen erfüllt es seine nützliche Bestimmung für jede Hausfrau. Wir offerieren unsern Mitgliedern das Haushaltungsbuch zum Selbstkostenpreis; dazu geben wir neuerdings allen in der ersten Hälfte des Jahres eintretenden Mitgliedern ein Co-op Haushaltungsbuch *gratis* ab.

Bestimmt erwachsen in dieser einfachen, doch intensiven Werbung für jeden Konsumverein seitens der Mitglieder Vertrauen und dankbare Anerkennung. B.

*

Es hat uns sehr gefreut, einmal eine Propagandaaktion im «Schweiz. Konsum-Verein» zu sehen über die beiden wertvollen Propagandamittel Co-op Haushaltungsbuch und Co-op Abreisskalender. Solche Abhandlungen werden sicher auf einen Erfolg stossen. Es ist sicher in vielen Konsumvereinen noch zu wenig bekannt, welch gute Propagandawirkung diese beiden Werbemittel, hauptsächlich bei den Hausfrauen, ausüben.

Warum wir diesen Standpunkt einnehmen, beweist vielleicht folgendes Beispiel aus unserer Genossenschaft: Aus Ersparnisgründen verzichteten wir letztes Jahr auf die Gratisabgabe der Abreisskalender an die Mitglieder; zum ersten Mal seit Jahren. Dies löste bei der Mitgliedschaft eine grosse Entrüstung aus. Reklamationen erhielten wir am laufenden Band. So unangenehm die Angelegenheit für uns war, so freuten wir uns doch, als wir sehen mussten, welche Wertschätzung im Verlaufe der Jahre der Kalender gefunden hat. Damit ist der Beweis erbracht, dass dies für uns ein gutes Propagandamittel ist. W. S.

*

In den letzten beiden Ausgaben des «Schweiz. Konsum-Vereins» wurde über das Haushaltungsbuch Co-op und den Wandblockkalender als Werbemittel geschrieben. Es ist uns allen sicher klar, dass wir im heutigen Konkurrenzkampfe ohne eine gute Werbung nicht mehr durchkommen. Je besser die Werbung ist, desto mehr Erfolg haben wir und unsere Umsätze werden Zunahmen verzeichnen. Zu einer erfolgreichen Werbung stehen uns verschiedene Mittel zur Verfügung und unsere Genossenschafter von der Propagandaabteilung des V. S. K. sind uns gerne behilflich, so dass es uns Verwaltern möglich ist, eine gute Werbung zu lancieren.

Firmaeindruck

Die Rückwand des Abreisskalenders 1952

Das Haushaltungsbuch und der Abreisskalender sind zwei verschiedene Werbemittel. Bei einem Teil unserer Mitglieder findet das Haushaltungsbuch mehr Anklang und beim grössern Teil der Abreisskalender. Mit der Verabfolgung des Haushaltungsbuches sehe ich nicht einen so grossen Erfolg. Viele Hausfrauen führen leider keine Haushaltrechnung, so dass sie auf einen so praktischen Helfer wie unser Co-op Haushaltungsheft verzichten können. Auch gibt es wieder Genossenschafterinnen, die mit der Buchführung beginnen und alsdann wieder aufhören, wenn ihnen trotz Buchführung das Haushaltungsgeld nicht reicht.

Ich glaube, dass die Gratisabgabe des Abreisskalenders doch den grösseren Werbeerfolg verzeichnen kann. Alle Tage wird hier der Zettel weggenommen und man erin-

nert sich an seine eigene Genossenschaft. Der Genossenschafterin kommt das Bewusstsein, dass dieser schöne Abreisskalender von der Konsumgenossenschaft gratis abgegeben wurde. Der Co-op Bestellzettel ist ihr behilflich beim Einkauf. Unsere Mitglieder würden es uns übel nehmen, wenn wir ihnen den Kalender nicht mehr überreichen würden. Es sollte aber nicht vorkommen, dass dieser planlos abgegeben wird, da er die Genossenschaft immerhin noch einen schönen Betrag kostet. Nur mit der Abgabe des Abreisskalenders haben wir aber für die übrige Zeit noch keine Propaganda gemacht. Unsere Propagandakosten sollten doch einen gewissen Prozentsatz vom Umsatz nicht überschreiten. Eine Zustellung an alle Haushaltungen hat keinen grossen Wert. Viele Konsumenten erhalten von dieser und jener Firma einen Abreisskalender, so dass einige den Weg sogar in den Papierkorb finden.

Damit wir den Hausfrauen, die ein Haushaltungsbuch führen, auch dienen können, sollten wir den Mitgliedern die Wahl lassen zwischen den beiden Werbemitteln.

J. G.

Und eine Hausfrau schreibt uns:

Ususgemäss hat uns auch dieses Jahr unsere Verwaltung mit dem schönen Co-op Abreisskalender beschenkt, wofür ihr gewiss alle Empfänger herzlichen Dank wissen.

Besonders anziehend wirkt auf uns, die wir im Bündnerland ansässig sind, das darauf illustrierte Idyll einer Rehfamilie im Wald. Die prächtig wirkenden Farben erfreuen das Auge schon von weitem, und bis zum Gebrauch am Neujahr habe ich den Kalender ohne den Block aufgehängt, um dieses belebend wirkende Bild darauf auch voll und ganz geniessen zu können.

Was den Abreissblock selbst anbelangt, so leistet er uns beim Einkauf wirklich wertvolle Dienste. Manchen unnötigen Gang erspart er mir, indem ich daheim die fehlenden Artikel darauf notiere und im Konsum gleich noch die entsprechenden Preise einsetzen lassen kann. Und wenn Kinder Kommissionen zu machen haben, so erfüllt so ein Zettel, der immer bereit ist, Wünsche aufzunehmen, wiederum seinen guten Zweck.

Mit Interesse verfolge ich auch die jeweiligen Notizen auf der Rückseite der Blockzettel, die mir schon so manche wertvolle Anregung gegeben haben. An den publizierten Denkaufgaben beteiligt sich unsere ganze Familie, und schon öfters haben wir damit etwas Neues lernen können. Von den zwischenhinein gestreuten Co-op Reklamen nehmen wir auch gebührend Notiz und probieren zur Abwechslung die Rezepte aus.

Alles in allem gefällt uns der Co-op Kalender ausserordentlich gut, und wir möchten ihn in unserem Haushalt wirklich nicht mehr missen.

Frau L. Rüegg

Schweizer Wanderleiterkurs 1951

Der Schweiz. Bund für Jugendherbergen, Zürich, Seefeldstr. 8, versendet soeben das interessante und reichhaltige Programm des nächsten Schweizerischen Wanderleiterkurses. Leiter und Leiterinnen von Ferienkolonien, Schulwanderungen und Wanderfahrten bietet sich hier wiederum eine einzigartige Gelegenheit, Rat und Hilfe für die verantwortungsvolle Aufgabe der Leitung von Jugendwanderungen zu finden. Ein ausgewählter Stab erfahrener Referenten und Instruktoren steht zur Verfügung. Der praktischen Arbeit dienen verschiedene kleine Wanderungen im Tessin. Kursort ist wiederum Lugano. Interessentinnen und Interessenten seien auf diesen Kurs aufmerksam gemacht. Programme sind bei der oben erwähnten Stelle erhältlich.

Lernt die Menschen kennen!

Mit einer eigentlich erstaunlichen Gleichgültigkeit lassen wir es immer wieder darauf ankommen, dass wir die Menschen von ihrer weniger guten Seite kennenlernen. Darum legen so manche ältere Menschen eine gewisse Ablehnung, eine anscheinend berechtigte Zurückhaltung an den Tag. Sie haben «die Menschen kennengelernt» und wollen damit sagen, dass sie die ganze Menschheit für schlecht halten. Diese Pessimisten vergessen aber, dass sie selbst zu einem grossen Teil die Schuld an dieser Entwicklung tragen, die ihnen zweifellos viele Möglichkeiten verbaut und sie manche schöne Stunde mit andern Menschen nicht erleben lässt.

Da wir uns unter normalen Verhältnissen jedoch niemals gegenüber unserer Umwelt und daher auch nicht gegenüber unseren Mitmenschen abschliessen können, tun wir gut daran, sie möglichst bald kennenzulernen. Dies aber sollen wir ohne Vorurteile und ohne Zu- und Abneigungen tun. Einzig ein waches Interesse, ein Einfühlen in das Wesen des andern Menschen kann uns dabei helfen. So werden wir schon bald erkennen, wie vielfältig die Empfindungen, Ansichten und Vorausetzungen sind, die einen Menschen leiten und ihn zu dem veranlassen, was er tut und denkt. Sobald wir einmal die uns eigenen Masstäbe ablegen und die Dinge mit den Augen eines andern Menschen zu sehen versuchen, wird sich uns ein viel grösseres und plastischeres Weltbild öffnen. Denn es gibt in der Tat nahezu in jeder Angelegenheit verschiedene Ansichten, deren jede bezüglich dessen, der sie vertritt, richtig sein kann.

Selbstverständlich dürfen wir über dieser «Anpassung» an andere Menschen unsere eigene Meinung und Anschauung nicht vergessen. Doch gar viele der eigenen Ansichten und Meinungen revidieren sich sogleich, lässt man auch den Nebenmenschen mitreden und seine Gedanken vertreten. Ja, wir können uns unserer eigenen Gedanken und Handlungen erst eigentlich bewusst werden, wenn wir sie in ein Verhältnis zu denen anderer Menschen zu setzen vermögen.

Die Menschen zu kennen, sich sowohl ihrer Stärken als auch Schwächen bewusst zu sein, schützt uns vor Enttäuschungen und Fehlschlüssen; denn manche Enttäuschung im Leben widerfährt uns im Grunde nicht durch die «wirkliche» Schlechtigkeit anderer Menschen, sondern nur darum, weil wir es nicht verstanden haben, ihre Worte und Taten richtig einzuschätzen.

Zu den nützlichsten Uebungen auf dem Wege zur Menschenkenntnis gehört die Selbstbetrachtung. Erst wenn wir uns selbst mit all unseren Reaktionen und Wesensarten kennen, vermögen wir uns auch zu beherrschen und selbst zu führen. Wie leicht aber sagen wir doch: «*Den* kenne ich schon!», wissen aber über uns selbst und unsere Schwächen nichts zu sagen! Die Menschenkenntnis beginnt eben bei uns selbst und geht in der objektiven Betrachtung der Umwelt weiter. Es ist kein einfacher, dafür aber ein sehr nützlicher Weg.

Gy.

Werben und verkaufen eine Kunst

VI.

Die Macht des Wortes

Von Privatdozent Dr. Paul Reiwald

Jedermann hat sich vielleicht schon einmal die Frage vorgelegt, ob die gewaltigen Summen, die für Reklame ausgegeben werden, nicht volkswirtschaftlich in sinnvollerer Weise verwendet werden könnten. Was für gute Zigaretten könnte man rauchen, wie könnte sich die Qualität von Bier oder Spirituosen erhöhen, wenn auch nur der dritte Teil dessen, was für Reklame ausgegeben wird, für die bessere Qualität der Ware eingesetzt würde. Oder könnten nicht anstelle der unfruchtbaren Ausgaben höhere Löhne bezahlt oder niedrigere Preise angesetzt werden, und würde nicht das letzte Moment alle Reklame ersetzen?

Allein, wir leben nun einmal in einer Wirtschaft, die auf Konkurrenz aufgebaut ist. Vielleicht gelingt es späteren Zeiten einmal, das Wettbewerbsmotiv durch ein anderes, zweckmässigeres oder edleres zu ersetzen. Zurzeit aber ist das keinesfalls möglich. Wer seine Ware nicht immer wieder dem Publikum durch eine ununterbrochene, fortgesetzte Anstrengung in Erinnerung bringt, gerät in Vergessenheit, sie mag noch so vorzügliche Eigenschaften aufweisen.

Hinzu kommt, dass selbst im Zeitalter der Massenproduktion die Waren alles andere als gleichförmig ausfallen. Zwischen den Konfektionskleidern des einen und des anderen Geschäftes bestehen immer noch sehr erhebliche Unterschiede, und auch bei allen anderen Konsumgütern ist dies der Fall. Wie soll nun der Konsument anders als durch Propaganda und Reklame auf diesen Unterschied — und er ist für ihn oft entscheidend — aufmerksam gemacht werden? Wenn man die Reklame beschneiden würde, so wäre die Folge eine erstickende Gleichförmigkeit, denn niemand hätte ja Interesse daran, die Eigenart seiner Ware herauszuarbeiten, zu pflegen und zu steigern, wenn es ihm nicht möglich wäre, das Publikum nachdrücklich auf diese Eigenart hinzuweisen. Dass es dabei zu Auswüchsen und Missbrauch kommt, ist unvermeidlich, und wir haben selbst bereits nachdrücklich darauf hingewiesen. Immerhin ist es interessant, zu erfahren, dass in dem Lande, in dem der Missbrauch zweifellos am grössten ist und in dem die Reklame, wie wir gesehen haben, rücksichtslos zu höchst bedenklichen Täuschungsmanövern gebraucht wird, — dass in den Vereinigten Staaten die korrekte und sachgemässe Reklame ganz überwiegend den Platz einnimmt. In einer sehr aufschlussreichen Untersuchung, die die Federal Trade Commission im vergangenen Jahre angestellt hat, wurden 1 080 646 Anzeigen in Zeitungen, Revuen, Radio- und Fernsehdarbietungen nachgeprüft. Es ergab sich, dass immerhin nicht mehr als drei Prozent als missleitend oder täuschend bezeichnet werden konnten.

Die Reklame aber, die eine der Waffen bilden soll, um eine genügende Verschiedenheit der Warenproduktion aufrechtzuerhalten und russische Zustände von uns fernzuhalten, muss selbst nach Originalität ihrer Ausdrucksmittel trachten. Wie soll ich glauben, dass es mit einer Ware etwas Besonderes auf sich hat, wenn ich die gleiche Anpreisung schon hundertmal, bis zum Ueberdruss gelesen habe? Es ist ganz merkwürdig, wie wenig Phantasie oft bei der Werbung entwickelt wird, obgleich sich doch die Werbung in entscheidender Weise an die Phantasie des Käufers wenden muss. Hat zum Beispiel einmal die Formel

Auch Sie
werden sich eines Tages mit Schauma rasieren!

Erfolg gehabt, so kann man wetten, dass man nicht nur etwa in den nächsten Monaten, sondern jahrelang lesen wird: «Auch Sie» werden Ihre Möbel bei Möbel-Meier kaufen, und so weiter. Früchte mögen gewiss «köstlich» sein, aber wenn alle Lebensmittel bis zum köstlich duftenden Käse in gleicher Weise angepriesen werden, dann muss selbstverständlich sich der Anreiz verlieren. — Die Konfektion klammert sich an die beiden Worte «Qualität» und «gepflegt», und so haben die meisten Branchen eine sehr begrenzte Auswahl von Lieblingsausdrücken, die sie unentwegt weitergebrauchen.

Gerade in denjenigen Geschäftszweigen, die wie Konfektion und Modeartikel gezwungen sind, ständig etwas Neues zu bringen, fällt diese Eintönigkeit besonders auf. So wenig die amerikanische Reklame in vieler Hinsicht als beispielhaft hingestellt werden kann, so sehr unterscheidet sie sich doch in Frische und Lebendigkeit vielfach von der hiesigen. Ständig findet man neue, zuweilen recht originelle Wortbildungen. Das wäre im französischen Sprachgebiet, dessen Ausdrucksweise festgelegt ist und wenig Aenderungen verträgt, nicht möglich. Die deutsche Sprache gibt aber ohne weiteres die Möglichkeit, durch Verbindung von Worten etwas Neues zu sagen, und hiervon könnte die Reklame sehr zu ihrem Nutzen Gebrauch machen.

Nun muss man zugeben, dass die Schweizer Werbung diesen Mangel vielfach in anderer Weise wieder gutzumachen versteht. Das *Schweizer Plakat* steht besonders durch seine schlagkräftige und doch realistische Wiedergabe des Gegenstandes auf einer solchen Höhe, dass sie den mageren Text oft vergessen lässt. Die Salamiwurst oder der Schinken sind oft so naturalistisch und appetitlich wiedergegeben, Bürste, Seife und Putzmittel oft so

originell und amüsant zusammengestellt, dass der Käufer, dem die Ware so unmittelbar vor Augen gestellt wird, weiter nichts mehr nötig zu haben scheint. So hat das in der letzten Nummer wiedergegebene Schaufenster, das der Lebensmittelverein Zürich zur Propaganda für Raisinel-Traubenzucker hergestellt hatte, mit nichts anderem als einer geschickten Vereinigung von Bild und Ware eine überaus wirkungsvolle Werbung entfaltet.

Und trotzdem darf nicht nur im Zeitungsinserat, wo es tatsächlich auf jedes einzelne Wort ankommt, sondern auch bei der Plakatwerbung und bei der Schaufensterausstattung die Macht des Wortes niemals unterschätzt werden. Man möchte tatsächlich sagen, dass auch heute noch dem richtiggewählten Wort oder Spruch eine geradezu magische Kraft innezuwohnen scheint. Diese Kraft ist zuweilen gänzlich unerklärbar. In Deutschland hatte zum Beispiel ein grosses Optikergeschäft mit seinem Schlagwort:

Sind's die Augen, geh zu Runke!

einen sensationellen Erfolg. Der einfache Satz wurde geradezu zum Sprichwort. Das Ergebnis scheint um so merkwürdiger, als es sich ja nicht um einen einfachen Konsumartikel handelt, bei dem schliesslich nichts so Entscheidendes von der Qualität abhängt, sondern um eine wichtige, das persönliche Wohl und Wehe sehr nahe betreffende Angelegenheit. Man sieht also, dass das glücklich gewählte Wort oder Schlagwort noch heute jede Bild- und Anschauungsreklame an Wirkung übertreffen kann. Das ist selbst dann möglich, wenn die Reklame in einer besonderen Situation, ohne jeden Hinweis auf die Ware, den Käufer als Menschen anzusprechen weiss. Auf dem Höhepunkt der Wirtschaftskrise zu Beginn der dreissiger Jahre hing ein grösseres Geschäft in sein Schaufenster ein einfaches Plakat mit der Aufschrift:

Notre devise, il n'y a pas de crise

Der Erfolg war durchschlagend. Mit dieser Art der Vertrauensstärkung hatte das Geschäft jedenfalls für sich den kritischen Zeitpunkt überwunden.

Coop-Lebensversicherungs-Genossenschaft

Im abgelaufenen Jahre wurden für insgesamt 16.3 Millionen Franken Versicherungssumme neue Anträge eingereicht (Vorjahr 15,2 Millionen Franken). Zu dieser Produktionsverbesserung haben nicht zuletzt die neuzeitlichen Versicherungsformen und -bedingungen der Coop-Leben beigetragen. Eine der Lebensversicherungskonstruktionen, welche besonderen Zuspruch findet, sieht als bemerkenswerte Sonderleistungen zu Lebzeiten des Versicherten vor, dass bei mehr als sechs Wochen dauernder Arbeitsunfähigkeit zufolge Krankheit oder Unfall die Prämien erlassen werden; ferner gibt diese Versicherungskombination gleichzeitig noch Anspruch auf Auszahlung eines Geburtengeldes bei jeder Geburt.

Der Bestand an laufenden Kapitalversicherungen ist im Jahre 1950 von 101,8 Millionen Franken auf 112,3 Millionen Franken Versicherungssumme angewachsen. Im Rentenversicherungsgeschäft beziffern sich die Alters-, Witwen- und Waisenrenten sowie die Invalidenrenten zusammen auf 1 487 000 Franken versicherte Jahresrente. Der Bestand an solchen Rentenversicherungen hat sich innert zwei Jahren nahezu verdreifacht.

Im Jahre 1950 hat sich auch das Gruppenversicherungsgeschäft erfreulich weiterentwickelt. In diesem Zusammenhang verdient vermerkt zu werden, dass gegen Jahresende die Verhandlungen über ein grösseres Versicherungswerk zu Ende geführt werden konnten, an dem die Coop-Leben mitbeteiligt ist. Es handelt sich um eine für eine ganze Berufsgruppe auf obligatorischer Grundlage geordnete Zusatzversicherung zur AHV, welche für die angeschlossenen Versicherten und ihre Angehörigen eine fühlbare Stärkung ihrer sozialen Sicherheit bedeuten wird.

Aufruf zur Schweizer Mustermesse 1951

Die Ereignisse und Strömungen in der grossen Welt lassen uns wieder mehr als in den Vorjahren Land und Volk als Schicksalsgemeinschaft erkennen. Sie mahnen zur Besinnung auf Grundlagen und Kräfte unserer staatlichen Selbständigkeit und Selbstbehauptung. Die Schweizer Mustermesse vom 7. bis 17. April ist über ihre direkte wirtschaftliche Aufgabe als zentraler Markt hinaus dazu berufen, uns die Kraft vor Augen zu führen, die in der Arbeit unseres Volkes liegt. Der Reichtum der Erzeugnisse wird hinweisen auf den Segen der unentwegten täglichen Arbeit und Pflichterfüllung, die im Messeplakat symbolischen Ausdruck gefunden hat; sie sind die bessere Vorbereitung für alle Wechselfälle der Zukunft als kleinmütige ängstliche Sorgen.
So betrachtet, werden die kommenden Messetage nicht nur Produktion, Handel und Verkehr neue Impulse verleihen, sondern auch unschätzbare geistige Kräfte eines neuen Selbstvertrauens weit in den Alltag ausstrahlen. Im Namen der Aussteller, der Messebehörden und der Stadt Basel laden wir das ganze Schweizervolk, die Angehörigen aller Landesgegenden und aller Berufszweige zum Besuch der grossen Marktveranstaltung und Wirtschaftskundgebung freundlich ein.

SCHWEIZER MUSTERMESSE BASEL

Der Präsident:
Dr. G. Wenk, Ständerat, Regierungsrat

Der Direktor:
Prof. Dr. Th. Brogle, Nationalrat

Die Betriebsvergleiche im Jahre 1950

Am 1. März 1951 fand in Basel die alljährliche Sitzung über die im vergangenen Jahre durchgeführten Betriebsvergleiche statt, zu der die Präsidenten und Sekretäre der Betriebsvergleichsgruppen, die Vorstände der Arbeitsgemeinschaft der Konsumvereine mit Spezialläden, der Vereinigung der Konsumvereinsbäckereien, des Verwaltervereins, des Vereins der schweiz. Konsumbäckermeister und der ARBUKO eingeladen worden waren.

P. Seiler, V. S. K., konnte als Vorsitzender eine namhafte Zahl von Teilnehmern begrüssen, unter ihnen als Vertreter der Direktion des V. S. K. Prof. Dr. M. Weber.

Den Teilnehmern der Sitzung ist mit der Einladung zur Sitzung ein detaillierter Tätigkeitbericht über die durchgeführten Betriebsvergleiche zugestellt worden. So wurden pro 1950 die Gesamtvergleiche, der Vergleich über die Verkaufslokalkosten und die Kosten einzelner Geschäftszweige, die Bäckereienquête, die vierteljährlichen Vergleiche über die Lagerhaltung und Umsatzentwicklung in den Vereinen weitergeführt, während die Vergleiche über die genossenschaftlichen Kaufhäuser und Spezialläden und die entsprechenden vierteljährlichen Vergleiche über die Umsatzentwicklung und Lagerhaltung in den Spezialartikeln erstmals zur Durchführung gelangten. Der Bestand der Gruppen selbst hat keine Veränderung erfahren.

Zweck der Sitzung war vorerst die Besprechung der pro 1950 durchgeführten Vergleiche und soweit notwendig, Festsetzung neuer Normzahlen, wie im weiteren die Festlegung der pro 1951 durchzuführenden Vergleiche.

Zu den *Gesamtvergleichen* führte *Seiler* aus, dass die Beteiligung durch den Ausfall von Revisionen gegenüber den Vorjahren etwas kleiner geworden ist. Die *Mindestnorm für die Durchschnittskonsumation pro Einwohner* wird mit *200 Franken* beibehalten, weil sie, wie die ausgeteilte graphische Tabelle über die hauptsächlichsten Ergebnisse aus den verarbeiteten Gesamtvergleichen zeigte, gesamthaft in den letzten drei Jahren noch nicht erreicht worden ist.

Bei der Besprechung der *Leistung pro Verkäuferin* ist von *Seiler* vorgeschlagen worden, die Norm von 90 000 Franken in Erwartung der kommenden Preissteigerungen auf 95 000 Franken, eventuell sogar auf 100 000 Franken zu erhöhen. *Horlacher*, Geschäftsleiter des LV Zürich, *Ensner*, Verwalter des KV Winterthur, und *Reinle*, Mitglied der Direktion des ACV, sprachen sich für eine Beibehaltung der bisherigen Norm aus, weil sie bis jetzt vom grössten Teil der Vereine noch nicht erreicht worden sei. Demgegenüber standen die Voten von Sigg, Geschäftsleiter des LV Zürich, und Prof. Dr. Max Weber, Direktionspräsident des V. S. K., die sich für eine Erhöhung der Norm aussprachen, weil sie der Ansicht sind, dass durch die Beibehaltung der Norm von 90 000 Franken die effektive Leistung durch die kommenden Preissteigerungen eine Verschlechterung erfahren würde. Nach eingehender Diskussion und in Anpassung an die unter dem Traktandum Kaufhäuser und Spezialläden beschlossene Erhöhung der Verkaufsleistung wurde die *Norm für die allgemeinen Warenläden auf 95 000 Franken* erhöht.

Zum *Lagerwertumschlag* führte *Seiler* aus, dass bei dessen Berechnung für die vierteljährlichen Lager- und Umsatzvergleiche die Pflicht- und vorsorglichen Lager ausgeschieden werden müssen, damit nur die Normallager miteinander verglichen werden, für die auch die Norm von sechsmal festgelegt wurde. Er setzte sich eindrücklich für die Beibehaltung der bisherigen Norm von sechsmal ein, die sich bekanntlich aus einem zehnmaligen Umschlag bei den allgemeinen Waren und einem zweimaligen Umschlag der Spezialartikel bei einer angenommenen Lagerzusammensetzung von 50 zu 50 zusammensetzt. Er warnte bei dieser Gelegenheit die Vereine vor der Anlegung von spekulativen Lagern, weil dadurch einerseits die Kreditbeanspruchung übermässig erhöht, anderseits die Risiken für Abschreibungen unnötig vermehrt werden. Der V. S. K. muss bei den Vereinen auf eine gesunde Lagerhaltung dringen, weil er Jahr für Jahr bei einzelnen Vereinen Lagersanierungen durchführen muss, die bei vernünftiger Lagerung hätten vermieden werden können. Aus der nachfolgenden Diskussion, an der sich Sigg, Ensner, Prof. Dr. M. Weber und Horlacher beteiligten, ging hervor, dass sich auch die Vereine mit der Beibehaltung der bisherigen Norm von sechsmal einverstanden erklären können, wenn auch gewünscht wurde, dass in den Kommentaren der heutigen Lage Rechnung getragen werde.

Die intern aufgestellten Normen der *Warenrückschreibung* in Verbindung mit dem Lagerwertumschlag wurden beibehalten, da die Vereine anhand dieser Normen die Möglichkeit haben, die Güte ihrer Warenrückschreibungen selbst zu beurteilen.

Bei der *Umsatzentwicklung* stellte *Seiler* die interessante Tatsache fest, dass die Kreise mit einem schlechten Lagerumschlag auch die schlechteste Umsatzentwicklung zeigen und damit die Behauptung widerlegen, dass grosse Lager zur Erzielung von Mehrumsätzen notwendig seien. Es kann im Gegenteil ganz allgemein festgestellt werden, dass die Vereine mit einer normalen und gesunden Lagerhaltung auch in der Verkaufsförderung mehr leisten.

Für die *Substanzvermehrung* gilt seit vielen Jahren eine Norm von 1% vom Umsatz, die in den letzten Jahren von immer weniger Vereinen erreicht worden ist. So mussten in den vergangenen Jahren trotz eigentlich guten Konjunkturen bei relativ zahlreichen Vereinen Substanzverluste beobachtet werden. Es ist eine der Aufgaben der Betriebsvergleiche, zu zeigen, wo Verbesserungen möglich sind und wie sie erreicht werden können.

Auch für die *Kaufhäuser und Spezialläden* wurden die Normen teilweise geändert, zum Teil überhaupt neu festgesetzt. So konnten die Normen für die *Warenabschreibungen* auf Vorschlag von *Seiler* und gemäss den Anträgen *Horlacher* und *Hauert*, Direktor der Schuh-Coop, in Anpassung an die heutigen Verhältnisse reduziert werden. Anderseits wurde die Norm des *Lagerwertumschlages* bei den Schuhwaren in den Kaufhäusern und Spezialläden leicht erhöht, weil die letztjährige Norm von einzelnen Vereinen auf Ende Jahr bereits überschritten wurde. Die *Verkaufsleistungen* sind auf Vorschlag *Seiler* und nach zustimmenden Anträgen von *Horlacher*, *Hauert* und *Stoll* in Anbetracht der zu erwartenden Preissteigerungen ebenfalls erhöht worden. Erstmals wurden auch für die *Bruttomargen* der einzelnen Spezialartikel Normen festgelegt.

Ueber die *Bäckereibetriebsvergleiche* fanden im vergangenen Jahr zum ersten Mal Gruppensitzungen statt, an denen die Festlegung von Leistungsnormen besprochen wurde. Die dort vorgeschlagene Norm von 50 000 Franken wurde auch an der Sitzung von *Zulauf*, Präsident der Vereinigung der Konsumvereinsbäckereien, und *Möri*, Präsident des Konsumbäckermeistervereins, als erreichbar angesehen, wobei betont wurde, dass bei niedrigeren Leistungen die maschinellen Einrichtungen berücksichtigt werden sollten. In diesem Zusammenhang kam man auch auf die Frage der bezahlten Ueberstunden zu sprechen, die überall dort verschwinden müssten, wo die Leistungen noch ungenügend sind.

Die seit längerer Zeit bestehenden Normen für die *Verkaufslokalkosten* wurden anlässlich der Sitzung auf ihrer bisherigen Höhe belassen.

Für das Jahr 1951 wurde beschlossen, die Betriebsvergleiche in ihrem bisherigen Umfang weiterzuführen.

Abschliessend verdankte Verwalter *Gauer*, Bern, die grosse Arbeit und wünschte, dass die Betriebsvergleiche weiterhin auf freiwilliger Basis weitergeführt werden sollen. Th.

Die Versicherungsanstalt schweiz. Konsumvereine (VASK) im Jahre 1950

Die im Jahre 1909 gegründete Personalversicherungskasse des V. S. K. und der ihm angeschlossenen Konsum- und Zweckgenossenschaften hat sich im Jahre 1950 weiterentwickelt und ihre Jahresrechnung per 31. Dezember 1950 wiederum in zufriedenstellender Weise abschliessen können.

Vorgängig der Besprechung der Jahresrechnung und der Bilanz seien einige Zahlen aus der Tätigkeit im verflossenen Jahre bekanntgegeben:

Als neue Kollektivmitglieder konnten aufgenommen werden:

Bussigny s. Morges, Société coop. de consommation
Diessbach b. Büren, Konsumgenossenschaft
Fribourg, Coopératives Réunies
Rivera, Società coop. di consumo
Roggwil (BE), Konsumverein
Sevelen, Konsumgenossenschaft.

Der VASK waren Ende 1950 216 Vereine und Zweckgenossenschaften als Kollektivmitglieder angeschlossen, die 5765 Personen mit 36,4 Millionen Franken Lohnsumme bei der Alters- und Invalidenversicherung versichert hatten. Hiervon gehören 137 Kollektivmitglieder mit 3982 männlichen Personen und einer versicherten Lohnsumme von 29,1 Millionen Franken auch der Hinterlassenenversicherung an.

Die Zahl der rentenberechtigten ehemaligen Angestellten der Mitgliedvereine hat sich 1950 von 1008 auf 1052 Ende Dezember erhöht. Gemessen an der Zahl der versicherten Angestellten sind das heute 18%. Die Zahl der bezugsberechtigten Witwen und Waisen betrug Ende 1950 zusammen 439, so dass insgesamt 1491 Personen einen Rentenanspruch von rund 3,8 Millionen Franken gegenüber der VASK besassen. Es mag in diesem Zusammenhang interessieren, dass die VASK seit ihrem Bestehen insgesamt 51 118 728 Franken für Pensionen und Sterbegelder ausbezahlt hat. In dieser Zahl kommt das segensreiche Wirken unseres Institutes für Tausende von Genossenschaftsangestellten und deren Angehörige deutlich zum Ausdruck.

Was die Jahresrechnung pro 1950 anbetrifft, mögen folgende Angaben dienen:

An Prämien, Eintrittsgeldern sowie Nachzahlungen auf Besoldungserhöhungen sind insgesamt 5,96 Millionen Franken eingenommen worden. Die Kapitalzinsen betrugen 3,65 Millionen Franken. An Pensionen, Sterbegeldern und Abfindungen gelangten 3,77 Millionen Franken zur Auszahlung.

Nach Bestellung der rechnungsmässigen Deckungskapitalien ergab die Jahresrechnung einen Einnahmenüberschuss von rund 693 500 Franken. Dieser Ueberschuss wird als weitere Abschreibung auf dem versicherungstechnischen Fehlbetrag sowie als Einlage in einen zu äufnenden Ausgleichfonds für die Frauenversicherung (gemäss § 37 der Statuten) verwendet.

Unter den Aktiven der Bilanz hat die VASK eine beträchtliche Zunahme der Hypothekenbestände aufzuweisen: sie bilanzieren mit 6,4 Millionen Franken (Vorjahr 3,9 Millionen Franken). Das Wertschriftenportefeuille steht nahezu unverändert mit 8,8 Millionen Franken zu Buch. Die gesamten verfügbaren Mittel der VASK sind auf 106,11 Millionen Franken (gegenüber 100,81 Millionen Franken am Ende des Vorjahres) angewachsen. Das Vermögen ist wie bis anhin zum grössten Teil bei der Genossenschaftlichen Zentralbank, Basel, angelegt, ferner in soliden schweizerischen Wertpapieren und Hypotheken.

Die auf der Passivseite vorsichtig eingestellten Dekkungskapitalien haben gegenüber der vorjährigen Bilanz um 4,7 Millionen Franken zugenommen und sind mit 116,59 Millionen Franken ausgewiesen.

Die zufriedenstellenden Rechnungsabschlüsse in den verflossenen zwei Jahren berechtigen zur Feststellung, dass unser Fürsorgewerk nach erfolgter Anpassung an die zeitgemässen Verhältnisse heute wieder auf sicherem Fundament ruht, das bei weiterem normalem Verlauf der Invalidität und der Sterblichkeit sowie vermehrtem Neuzugang von jüngerem Personal und bei einer Kapitalverzinsung von mindestens 3½%, eine gesunde Weiterentwicklung auf längere Sicht hinaus gewährleistet.

Die Verwaltung hat Jahresbericht, Jahresrechnung und Bilanz über das abgelaufene Geschäftsjahr in ihrer Sitzung vom 3. März 1951 behandelt und auf Grund des Antrages der Kontrollstelle zur Weiterleitung an die Delegiertenversammlung einstimmig genehmigt.

Die diesjährige ordentliche Delegiertenversammlung wird Samstag, den 7. April 1951, im Freidorf bei Basel stattfinden. P.

Verbandsdirektion

Der Allg. Konsumverein Oberhofen-Münchwilen und Umgebung hat seine Firma geändert und heisst nun: **«Allgemeiner Konsumverein Münchwilen (TG)»**.

Aus unserer Bewegung

	1948/49	1949/50
Alle	332 000.—	330 000.—
Altdorf	1 482 000.—	1 657 500.—
Bellinzona	3 365 800.—	3 530 400.—
Brunnen-Ingenbohl	334 500.—	421 000.—
Frutigen	283 300.—	260 100.—
Kienberg	84 800.—	86 300.—
Sessa-Monteggio	247 000.—	271 600.—
Reichenbach	385 700.—	374 300.—
Rumisberg	137 700.—	141 100.—
Kirchberg	644 700.—	672 900.—
Möhlin	789 500.—	826 600.—*
Rheinfelden	795 400.—	870 900.—
Schauffhausen	9 338 100.—	11 194 100.—
Weinfelden	686 700.—	711 700.—*

* = Juli-Dezember

In *Adelboden* wurde ein Konsumladen eröffnet. *Altdorf* veranstaltete einen Familienabend für die Mitglieder und an der Generalversammlung zeigte G. *Haefeli* von der Filmzentrale des V. S. K. in Basel den Film von der Olympiade in St Moritz. *Arbon* und *Biberist* luden zu einer Aufführung der Winterthurer Operettenbühne «Der Bettelstudent» ein. Den Mitgliedern von *Basel* wurde die Möglichkeit geboten, sich zu verbilligtem Eintrittspreis den Afrika-Farbenfilm «Fata Morgana» anzusehen. Die Heidi-Bühne erfreute die Genossenschafter von *Brugg-Windisch*, *Lyss*, *Rüti-Tann* und *Spiez* mit ihren Vorstellungen. Im Anschluss an die Generalversammlung von *Brunnen-Ingenbohl* fand eine Abendunterhaltung statt, und an der ausserordentlichen Generalversammlung in *Ebnat-Kappel* wurde ein prächtiger Farbenfilm von den Hawaii-Inseln vorgeführt. *Freidorf* veranstaltete einen Kammermusikabend mit Hans-Friedrich Lehmann und Henrik Jan Vermeer, einen Volksliederabend des «Heimetchörli Basel» und einen Abend mit Fridolin. *Güttingen* führte den Film «Der doppelte Matthias und seine Töchter», *Limpachthal* «Der Schuss von der Kanzel», mit anschliessendem Kurzreferat von Hans *Althaus*, Kreispräsident, *Romanshorn* «Die Sterne blicken herab», nach dem Roman von A. J Cronin, *Rüti* den interessanten SBB-Farbenfilm «Vom Rheinfall zum Säntis», *Seftigen* «Der Schuss von der Kanzel», *Stein* (Aargau) «Das Gespensterhaus» und nachmittags eine Kindervorführung «Olympiafilm St Moritz 1948» und *Uster* an der ordentlichen Generalversammlung einen Film des Publizitätsdienstes der SBB vor. Für die Mitglieder des AKV *Luzern* spielte das Stadttheater Luzern «Die Fledermaus». In *Neuchâtel* sprach an der Sitzung der Junggenossenschafter P. *Aragno* über: «Des jeunes et des anciens» und über das Thema «L'hygiène du lait» sprachen Dr. J. *Stähli* und Dr. A. *Wenger*. *Oberentfelden* beklagt den Tod von Konsumverwalter Paul *Probst*. Die Schuljugend von *Schönbühl* wurde eingeladen zu einer Filmvorführung und Kasperlitheater, in *Uttigen* fand ein Familienabend und in *Zürich* eine Ausstellung von Wandteppichen statt. In der Genossenschaftlichen Jugendgruppe wurde ein Referat gehalten über: «Die Frau in der Genossenschaft» und Missionspfarrer *Suter*, der lange Zeit im Fernen Osten weilte, zeigte zu seinem spannenden Referat einige Filme über das Leben der dortigen Bevölkerung.

Aus der Tätigkeit der dem KFS angeschlossenen Sektionen und Gruppen: An der Jahresversammlung in *Arbon* fand ein Lichtbildervortrag statt über: «3 Städte, 3 Gegensätze; Prag, Stockholm, Brüssel», an der Monatsversammlung in *Bern* sprach Dr. H. E. *Mühlemann* über: «Die Genossenschaft im Konkurrenzkampf». *Buchs* veranstaltete einen Kunstflickkurs, *Chur* einen Farbenbildervortrag, in *Frauenfeld* sprach Herr *Bandle* über: Die Leistungen der AHV und die Aufgabe der genossenschaftlichen Lebensversicherung ‚Coop-Leben'», in *Gränichen* Frau *Schärli*, Bern, über: «Unsere Pflichten als Frau, Mutter und Genossenschafterin», in *Horgen* Herr *Kim*, Sekretär der Büchergilde Gutenberg, über: «Die genossenschaftliche Buchvermittlung in der Schweiz», in *Kreuzlingen* Dr. *Kohler*, Basel, über: «Hausfrauen und Konsumgenossenschaft», in *Landquart* Prof. O. *Volkart* aus Zürich über: «Albert Schweitzer, der Urwalddoktor», in *Netstal* Hrch. *Disch* über: «Was die Frau von der AHV wissen muss», an der Generalversammlung in *Schaffhausen* wurde der Farbenfilm «Zehnmal Europa» vorgeführt. In *Schwanden* referierte E. *Krafft*, über: «Was die Hausfrau über die AHV wissen muss», an der Monatsversammlung in *Suhr* Alb. *Heiniger*, Langenthal, über: «Was eine Frau von Lebensversicherungen wissen muss». Am Frauenabend in *Thun-Steffisburg* wurde der Tonfilm «Der Schuss von der Kanzel» gezeigt und anschliessend wurden wieder die herrlichen Konsumzüpfen und unser feiner Co-op Kaffee offeriert. Dr. *Kestenholz*, St. Gallen, sprach in *Wetzikon* über: «Die Herstellung neuzeitlicher Waschmittel und deren Anwendung». In *Winterthur* fanden ein Kurzvortrag mit Film und eine Glättedemonstration, in *Worb* ein Vorleseabend des bekannten Dichters Ernst *Balzli* und in *Zofingen* ein Nähkurs statt. sb.

Othmarsingen. Auf Samstag, den 10. März 1951, hatte der Vorstand unsere Genossenschafterinnen und Genossenschafter zur 37. Generalversammlung in die Turnhalle eingeladen. Der Einladung ist denn auch etwa die Hälfte der eingeschriebenen Mitglieder nachgekommen, welche meistens noch ihre Angehörigen mitgebracht hatten.

Die Traktandenliste war allen genehm, und die ganze Versammlung stand unter einem guten Stern. Die Jahresrechnung wies einen Mehrumsatz von 25 000 Franken aus. Jahresrechnung und Bericht wurden ohne Diskussion einstimmig genehmigt mit bester Verdankung an Verwaltung und Verwaltungsrat.

Die nötigen Wahlen wurden in geheimer Abstimmung durchgeführt. Dieselben wurden denn auch im Sinne der Vorschläge des Verwaltungsrates mit grossem Mehr bestätigt. Den abtretenden lieben Genossenschaftern aus dem Verwaltungsrate und der Rechnungsprüfungskommission sprechen wir hiermit für ihre langjährige und grosse Arbeit im Dienste der Genossenschaft unsern ehrlichen Dank aus. Die neu in die Verwaltung eintretenden Mitglieder, die sich in der Praxis bereits sehr gut bewährt haben, heissen wir herzlich willkommen und hoffen auf eine erspriessliche Zusammenarbeit auch im kommenden Geschäftsjahr.

Dem Antrag einiger Genossenschafter, es sei die Auszahlung der Rückvergütung auf Mitte Dezember vorzuverlegen, wurde ebenfalls ohne Diskussion zugestimmt.

Der Vorschlag des Vorstandes, auch dieses Jahr wieder eine Genossenschaftsreise auszuführen, fand ein freudiges Echo. Die Vorbereitungen sind in vollem Gange. Gereist wird mit dem Roten Pfeil am kommenden 10. Juni 1951, aber nur wenn das Wetter eine gute Reise garantiert. M. B.

Genossenschaftliches Seminar
(Stiftung von Bernhard Jaeggi)

Dem Genossenschaftlichen Seminar wurden überwiesen:

Fr. 1000.— von der Coop-Lebensversicherungsgenossenschaft
» 1000.— von der «St. Johann» Lagerhaus- und Schiffahrtsgesellschaft Basel
» 300.— vom Verein schweiz. Konsumverwalter
» 200.— von der Konsumgenossenschaft Interlaken
» 100.— von der Konsumgenossenschaft Seewis i. Pr.
» 100.— vom Konsumverein Bremgarten (Aarg.)
» 100.— von der KG Laupen (Bern)
» 100.— von der KG Herzogenbuchsee
» 100.— von der Konsumgenossenschaft Neuenegg
» 100.— von der Société coop. de cons. Ste-Croix

Diese Vergabungen werden hiermit bestens verdankt.

INHALT: *Seite*

Der Stand der Kleinhandelspreise in den Schweizer Städten am 31. März 1951 . . . 153
Sitzung des Verwaltungsrates des V. S. K. . . . 157
Zwei fortschrittliche Genossenschaften in der Ostschweiz 158
Verwalter äussern sich über das Haushaltungsbuch und den Co-op Abreisskalender . . . 162
Schweizer Wanderleiterkurs 1951 . . . 163
Lernt die Menschen kennen! . . . 163
Die Macht des Wortes . . . 164
Co-op-Lebensversicherungs-Genossenschaft . . . 165
Aufruf zur Schweizer Mustermesse 1951 . . . 165
Die Betriebsvergleiche im Jahre 1950 . . . 166
Die Versicherungsanstalt schweiz. Konsumvereine (VASK) im Jahre 1950 . . . 167
Verbandsdirektion . . . 167
Aus unserer Bewegung . . . 168
Genossenschaftliches Seminar . . . 168